

기아, 전기차 대중화 승부수... 소형 전기SUV 'EV3' 공개

3000만원대 가격 1회 충전 501km 주행...외관은 'EV9 축소판' AI 어시스턴트 등 커넥티비티 성능 높여...국내서 내달부터 계약

기아가 전기차 대중화를 위해 만든 3000만원대 소형 전기 스포츠유틸리티차(SUV) '더 기아 EV3' (EV3)가 모습을 드러냈다.

기아는 월드 프리미어 영상을 통해 EV3를 세계 시장에 처음 공개하고 다음달부터 국내 판매를 시작한다고 27일 밝혔다.

EV3는 EV6, EV9에 이어 선보이는 기아의 세 번째 전용 전기차로, 크기는 제일 작지만 500km가 넘는 1회 충전 주행가능거리와 최고출력 150kW(킬로와트)의 동력성을 자랑한다.

또 기아 전기차 최초로 '기아 AI 어시스턴트'가 탑재되는 등 커넥티비티 성능을 강화한 것이 특징이다.

특히 리튬인산철(LFP)이 아닌 니켈·코발트·망간(NCM) 배터리가 탑재됐는데도 국내 보조금 수령 시 3000만원 중반이라는 합리적 가격에 구매가 가능하다.

EV3의 외관은 기아의 철학 '오픈드 유나이티드' (상반된 개념의 창의적 융합)에 기반해 강인함과 부드러움을 모두 강조하는 방향으로 디자인됐다.

지난 22일 서울 'EV 인플루그드 그라운드 성수'에서 기자들과 만난 EV3는 기아의 대형 전기 SUV EV9을 축소한 듯한 모습을 띠고 있었다.

EV3 전면부는 별자리를 형상화한 '스타맵 시그

니처 라이팅'과 헤드램프를 수직으로 배치해 기아의 패밀리룩이기도 한 '타이거 페이스'를 형상화했다.

측면부는 뒤로 갈수록 낮아지는 루프 라인과 선과 면을 기하학적으로 배치한 디자인으로 역동성을 강조했다.

후면부는 스타맵 시그니처 라이팅을 차체 양 끝에 배치해 전면부와 통일성을 나타냈다.

EV3 실내에는 12.3인치 클러스터와 5인치 보조, 12.3인치 인포테인먼트 시스템이 탑재됐다.

특히 1열에서 전방으로 120mm 확장할 수 있는 '슬라이딩 콘솔 테이블'이 처음으로 적용돼 공간 활용도를 높였다. 또 460L의 후면 트렁크와 25L의 프론트 트렁크도 갖췄다.

기아는 EV3를 81.4kWh(킬로와트시) 배터리의 롱레인지 모델과 58.3kWh 배터리의 스탠더드 모델로 운영한다. 모두 NCM 배터리를 사용한다.

이중 EV3 롱레인지 모델의 1회 충전 주행가능거리는 산업통상자원부 인증 기준 501km에 달한다.

기아 송호성 사장은 지난 21일 열린 미디어 콘퍼런스에서 "전기차에 대한 고객 기대를 분석한 결과 주행거리가 최소 450~500km는 되어야 한다는 판단을 내렸다"며 "이런 관점에 따라 배터리 타입을 결정했고, 그 결과 NCM 배터리를 사용했다"고 설명했다.



기아가 전기차 대중화를 위해 소형 전기 스포츠유틸리티차(SUV) '더 기아 EV3' (EV3)를 공개했다. 기아 전기차 최초로 '기아 AI 어시스턴트'가 탑재되는 등 커넥티비티 성능이 강화됐다. 위는 'EV3' 내부 모습. <기아 제공>

EV3(롱레인지 모델 기준)는 350kW급 충전기로 배터리 용량 10%에서 80%까지 충전하는 데 31분이 소요된다.

또 전륜 모터에 기반해 최고출력 150kW, 최대토크 283Nm의 동력 성능을 발휘한다.

EV3는 승차감과 정숙성 개선을 위해 R&H (Ride and Handling) 기능도 갖췄다.

EV3에는 노면 상태에 따라 타이어에 다르게 전달되는 주파수를 활용해 진동을 완화하는 주파수 감응형 속임소버가 전륜과 후륜에 모두 적용됐다.

또 가속 페달 조작만으로 가속과 감속, 정차가 가능한 i-페달 기능이 모든 회생제동 단계에서 활성화하는 'i-페달 3.0'이 현대차그룹 최초로 탑재됐다.



EV3에는 기아 전기차 중 가장 높은 커넥티비티 사양도 적용됐다. EV3에는 기아 전기차 최초로 생성형 인공지능(AI) 기술을 접목한 '기아 AI 어시스턴트'가 탑재됐다.

기아 AI 어시스턴트는 자연어를 기반으로 여행, 엔터테인먼트, 지식 검색 등을 지원해 고객과 양방향 소통을 가능하게 한다. 차량 주요 기능을 계속해서 개선할 수 있는 무선 소프트웨어 업데이트도 가능하다. 아울러 '스트리밍 프리미엄' 서비스에 가입할 경우 인포테인먼트 디스플레이 등을 통해 동영상 서비스와 차량 내 게임을 즐길 수 있다.

이 밖에 오디오링 휠 기압 감지기가 동급 최초로 적용되는 등 다양한 첨단 운전자 보조 시스템이

EV3에 탑재됐다. 기아는 다음 달 초 국내에서 EV3의 계약을 시작하고, 오는 7월부터 본격적 판매에 들어간다.

국내 가격은 보조금 수령 시 3000만원 중반대로 예상된다. 또 올해 4분기 유럽, 내년 미국에서 판매를 개시한다.

송호성 사장은 "EV3를 개발하며 가격을 3만 5000달러에서 5만달러 사이로 설정했다"며 "국내 인센티브를 고려할 때 3000만원 중반대에서 (판매를) 시작하려고 한다"고 말했다.

이어 "EV3의 글로벌 판매 목표는 20만대로, 국내에서는 2만5000대에서 3만대 사이를 팔려고 하고 있다"고 덧붙였다. /김민석 기자 mskim@

벤츠, 부분 변경 전기 SUV '더 뉴 EQA'·'더 뉴 EQB' 출시



사양·성능 등 업그레이드

다음달부터 고객 인도 시작

메르세데스-벤츠 코리아가 새로워진 '더 뉴 EQA'와 '더 뉴 EQB'를 공식 출시한다

도심형 콤팩트 전기 SUV를 표방하는 'EQA'와 실용성으로 무장한 패밀리 전기 SUV 'EQB'는 각각 3년과 2년 만에 부분 변경됐다.

새롭게 선보이는 부분 변경 더 뉴 EQA와 더 뉴 EQB는 디자인 변화와 주행 편의성을 높인 옵션 사양, 더욱 업그레이드된 디지털 및 편의 기능 등으로 상품성을 개선하면서도 판매 가격은 전 모델과 동일하다.

두 차량 모두 외관은 삼각별 패턴이 적용된 블랙 패들 라디에이터 그릴이 장착돼, 전기차 상위 모델의 패밀리 룩을 이뤘다. 테일 램프는 모델별로 새롭게 디자인됐으며, 실내에는 터치형 컨트롤 패널이 장착된 최신 스티어링 휠 디자인을 적용해 조작성 편의성을 강화했다.

더 뉴 EQA는 최고 출력 140kW와 최대 토크 385Nm로, 65.9kWh의 리튬 이온 배터리를 탑재해 1회 완충 시 국내 인증 기준 367km 주행이 가능하다. 더 뉴 EQB는 사륜구동 시스템으로 최고 출력 168kW와 최대 토크 390Nm를 발휘하고, 마찬가지로 65.9kWh의 배터리를 탑재해 1회 충전 시 국내 인증 기준 최대 주행거리는 302km이다. 두 모델 모두 히트 펌프를 포함한 지능형 열관리 시스템이 적용됐으며, 액티브 주행거리 모니터링 기능이 새롭게 탑재돼 주행 효율성을 높였다.

그 밖에도 센서 및 카메라 기술이 향상된 주행보조시스템 드라이빙 어시스턴스 패키지, 직관적인 길안내를 돕는 증강현실 내비게이션, 편리한 주차를 돕는 360도 카메라가 포함된 주차 패키지 등이 적용됐다.

또 2세대 MBUX 인포테인먼트가 탑재돼 제로-레이어 인터페이스, 무선 애플 카플레이 및 안드로이드 오토, 톨 정산 시스템 등 새로운 디지털 사양이 추가됐다. 특히, 더 뉴 EQA 250 AMG 라인

과 더 뉴 EQB 300 4MATIC AMG 라인에는 '부메스터 서라운드 사운드 시스템'이 기본으로 탑재돼 깊이 있는 음향 경험과 생생한 주행감을 위한 전기차 사운드도 제공된다.

킬리안 텔렌 메르세데스-벤츠 코리아 부사장은 "메르세데스-벤츠 전기차 성장에 크게 기여한 EQA와 EQB가 디자인, 주행 효율성과 편의기능을 강화해 더욱 매력적인 엔트리 전기차로 새롭게 돌아왔다"며, "두 차량 모두 국내 고객들의 높은 기준을 충족시키고 전기차 시장에서 브랜드 입지를 다지는 데 기여할 것으로 기대한다"고 밝혔다.

더 뉴 EQA는 'EQA 250 일렉트릭 아트', 'EQA 250 AMG라인', 더 뉴 EQB는 'EQB 300 4MATIC 일렉트릭 아트', 'EQB 300 4MATIC AMG라인' 각각 두 가지 트림으로 제공된다. 고객 인도는 오는 6월 중 시작할 예정이며, 차량에 대한 보다 자세한 정보는 전국 메르세데스-벤츠 코리아 64개 공식 전시장 및 공식 홈페이지(www.mercedes-benz.co.kr)에서 확인할 수 있다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

LG전자, 기아 EV3 웹OS 콘텐츠 플랫폼 공급

전기차량 처음 탑재

LG전자는 오는 7월 국내에 출시될 기아의 새로운 보급형 전기차 EV3에 차량용 웹OS 콘텐츠 플랫폼을 공급한다고 27일 밝혔다.

웹OS는 LG 스마트 TV를 구동하는 운영 체제다. LG전자는 TV에서 검증된 웹OS를 기반으로 차량에 특화된 웹OS를 개발했으며, 전기차 탑재는 이번이 처음이다.

기아 EV3는 웹OS를 통해 다양한 콘텐츠를 주행 안전 규정에 따라 운전석과 보조석에서 실시간 스트리밍으로 감상하는 엔터테인먼트 시스템을 갖췄다. 자동차용 데이터 요금제에 가입하면 서비스를 이용할 수 있다.

EV3에 적용되는 웹OS는 LG채널, U+모바일 TV, 유튜브, 넷플릭스, 웨이브, 티빙, 스포티파이, 아기사우 키즈 월드, 스텝레이 가라오케, 프리 게임즈 바이 플레이웍스, 골드타워 디펜스, 엘도라도 등 12개의 전용 앱으로 콘텐츠를 제공한다.

광고 기반 무료 스트리밍 TV(FAST) 서비스인 차량용 LG채널에서는 국내 80여개 채널과 영화, 드라마, 애니메이션 등 주문형비디오(VOD)

400여편을 볼 수 있다.

LG전자는 향후 스마트TV와 동일한 수준까지 차량용 LG채널 서비스를 확대할 계획이다.

차량용 웹OS 콘텐츠 플랫폼은 LG전자의 소프트웨어 중심 차량(SDV) 설루션인 'LG 알파웨어(LG αWare)' 중 차량용 엔터테인먼트 설루션이다.

LG전자는 작년 10월 2024년형 제네시스 GV80과 GV80 쿠페 신모델에 차량용 웹OS를 처음 적용했다. 이후 제네시스 G80, 기아 카니발 등으로 적용 차종을 확대했다.

류창승 기아 고객경험본부장은 "LG의 차량용 웹OS 콘텐츠 플랫폼을 포함해 사용자 중심 혁신 기술을 탑재한 EV3를 통해 고객은 선호하는 다양한 프리미엄 스트리밍 서비스를 즐겨온 차량 경험을 할 것"이라고 말했다.

은석현 LG전자 VS사업본부장은 "차 안에서 엔터테인먼트 경험을 제공하는 차량용 웹OS 콘텐츠 플랫폼을 비롯해 완성차 고객은 물론 운전자와 탑승객에게 차별화된 고객경험을 제공하는 혁신적 전장 솔루션을 계속해서 선보일 것"이라고 말했다. /연합뉴스



달리면서 기부한다

한달간 1만5천명 참가

현대차 '롱기스트 런' 성료

현대차는 달리기기를 통해 환경에 기부하는 사회 공헌 캠페인 '롱기스트 런 2024'가 성료했다고 27일 밝혔다.

롱기스트 런은 2016년 시작된 현대차의 온오프라인 연계 친환경 캠페인으로, 올해에는 지난달 26일부터 이달 25일까지 1만9000명이 참가해 총 40만km를 달렸다.

'함께 달려 나무를 심는 롱기스트 런'이라는 슬로건 아래 진행된 올해 행사는 달리기 코칭 애플리케이션인 '런데이'로 달리기 미션을 수행하는 '나무 뱃지 챌린지'와 참가자 전체가 8만1000km를 함께 달리는 '협동 챌린지'로 구성됐다.

특히 협동 챌린지에는 1만2000명이 참가해 당초 목표했던 누적 거리 8만1000km를 넘는 35만km를 달성했다.

캠페인 대미를 장식한 오프라인 마라톤 대회



'롱기스트 런 2024'의 '파이널 런'에 참가한 참가자들이 기념 촬영을 하고 있는 모습. <현대차 제공>

'파이널 런'에는 지난 25일 5천명이 참가해 서울 여의도공원에서 서강대교까지 왕복하는 10km 코스를 달렸다.

현대차는 협동 챌린지(1000그루), 1만원 기부 참가권 구매(2000그루)로 적립한 총 3000그루의

나무를 식재용 나무 기부 프로그램 '아이오노 포레스트'에 전달할 예정이다. 현대차 국내사업본부장 정유석 부사장은 "앞으로도 더 많은 고객과 지속가능한 미래를 위한 친환경 활동을 선보이겠다"고 밝혔다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

국내 고급차시장 제네시스만 판매량 '쑥'

1~4월 판매 지난해보다 6% 증가

수입차 벤츠·BMW·렉서스는 감소

올해 들어 국내 고급차 시장에서 제네시스만 지난해와 비교해 판매량이 증가한 것으로 나타났다. 제네시스 브랜드 첫 스포츠유틸리티차(SUV)인 GV80 실적 호조에 따른 영향으로 보인다.

27일 현대차 IR에 따르면 올해 1~4월 제네시스 국내 판매 대수는 4만5554대로 집계됐다. 이는 지난해 같은 기간 판매량 4만2973대와 비교해 6.0% 늘어난 수치다.

제네시스와 달리 수입 고급차 브랜드 판매 실적은 뒷걸음질 쳤다.

산업통상자원부 통계에 따르면 올해 1~4월 BMW 국내 판매량은 2만2718대로, 전년 같은 기간과 비교해 5.2% 감소했다. 메르세데스-벤츠 판매량 역시 1만7403대로, 17.6% 줄었다.

수입차 양대 산맥인 두 브랜드 판매량을 합산해도 제네시스에 비해 5433대 적다.

벤츠·BMW와 함께 '독일 완성차 브랜드 3사'로 묶이는 아우디(1870대)는 74.7%, 일본 렉서스(4055대)는 6.2% 각각 줄었다.

올해 들어 제네시스의 뚜렷한 성장은 GV80 판매 호조세 덕분이다.

특히 지난해 10월 GV80 부분 변경 모델이 출시되고 나서 제네시스 판매량이 크게 뛰었다. 지난 2020년 1월 GV80 출시 이후 3년 9개월 만의 부분 변경이다.

실제 올해 1~4월 국내 시장에서 GV80 판매 대수는 1만7636대로, 전년 동기(9256대) 대비 90.5% 급증했다. 작년 처음 출시된 GV80 쿠페도 국내에서만 1000대 넘게 팔렸다. 옵션 사양을 추가하면 차량 가격이 1억원을 넘지만, 마니아층 수요가 실구매로 이어졌기 때문으로 분석된다.

/김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr